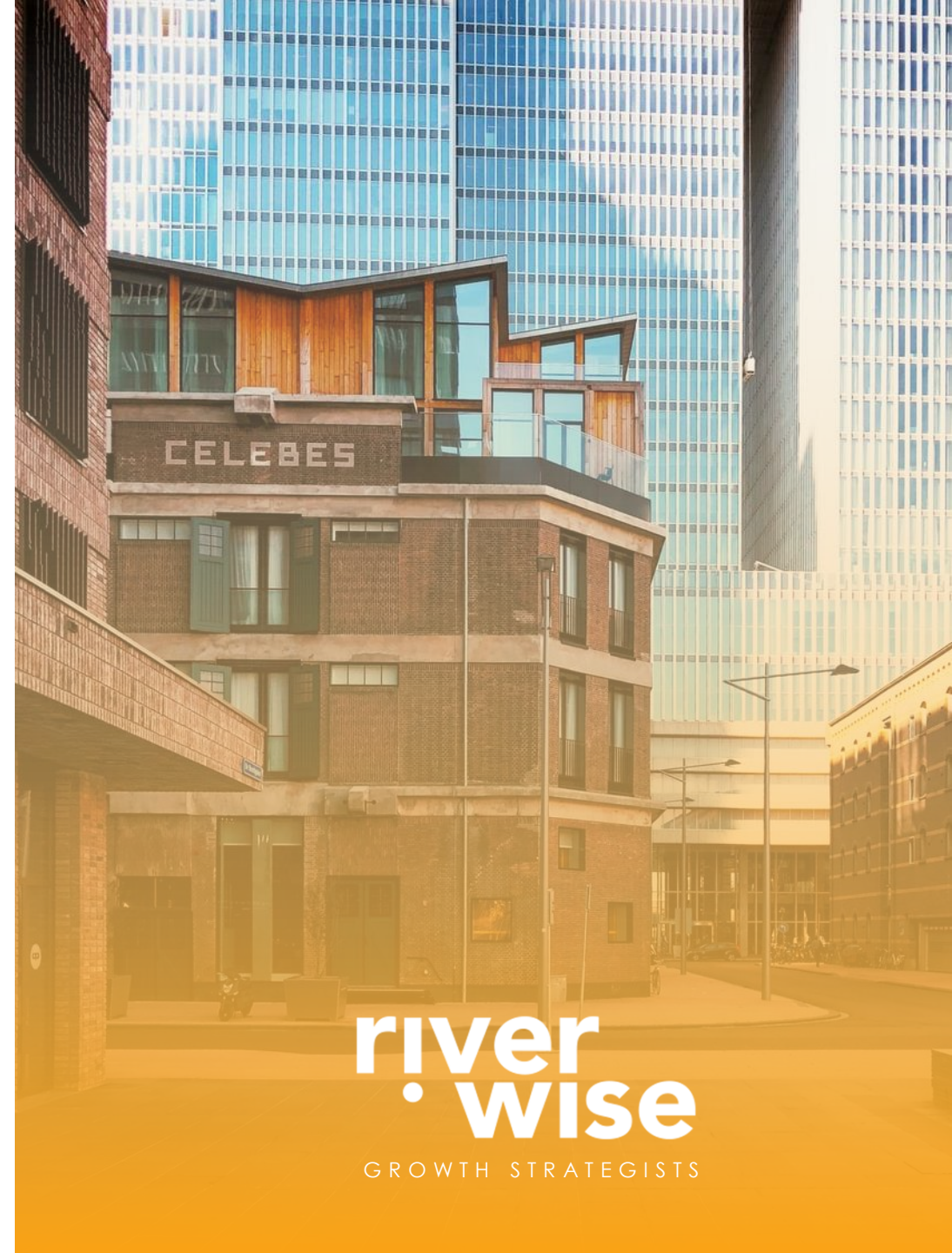


Riverwise

Grip op de transformatie van klantcontact

KVK

Oktober 2023





*Hoe ziet de transformatie van klantcontact er uit
en waar bewegen we naartoe?*



*Hoe heeft KVK grip gekregen op de transformatie,
en welke lessen heeft zij daarin geleerd?*

De transformatie van klantcontact

De transformatie start met doelstellingen, die kunnen conflicteren

Doelstellingen



**VERHOGEN
KLANTWAARDE**



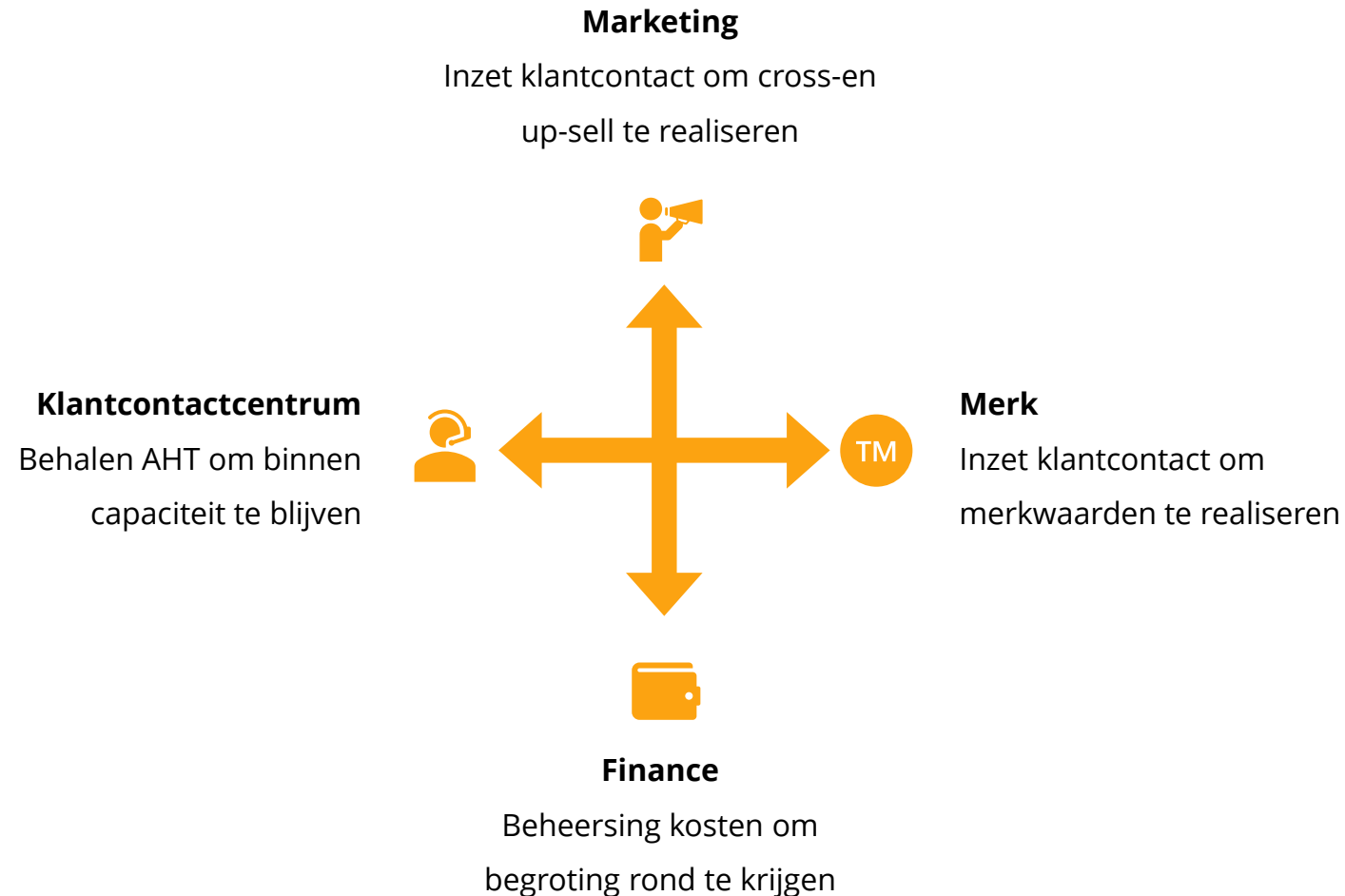
**VERHOGEN
KLANTTEVREDENHEID**



**VERLAGEN
KOSTEN**

De transformatie van klantcontact

Extra complexiteit doordat afdelingen tegenstrijdige belangen hebben



De transformatie van klantcontact

Drie technologische trends brengen de transformatie op gang



Kunstmatige intelligentie

Interactie wordt met AI steeds slimmer en zelfstandiger – minder mensen, meer bots



Alles verbonden

Alles en iedereen met elkaar verbonden in grote ecosystemen



Virtuele rijkheid

Interacties worden zintuigelijk steeds rijker en intuïtiever op een manier die jou past

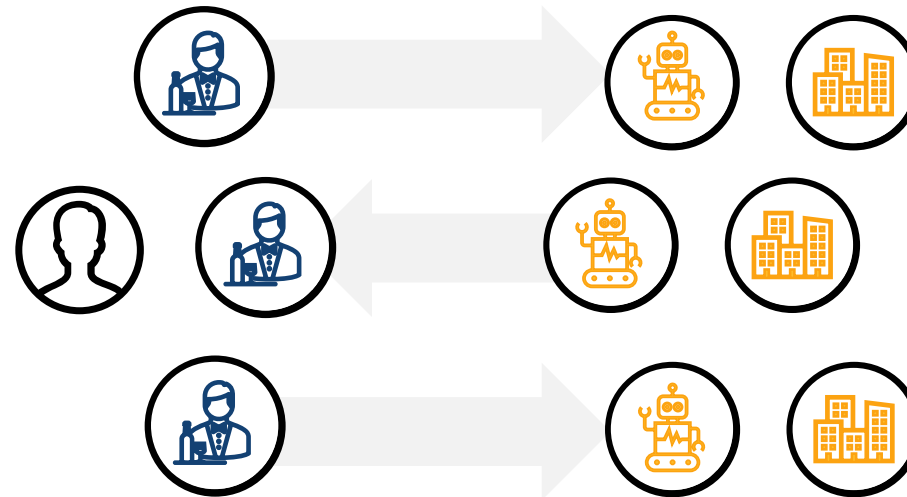
De transformatie van klantcontact

Extrapolatie resulteert in ultieme AI-assistent

Waar klant nu in de regel zelf
communiceert met organisaties...



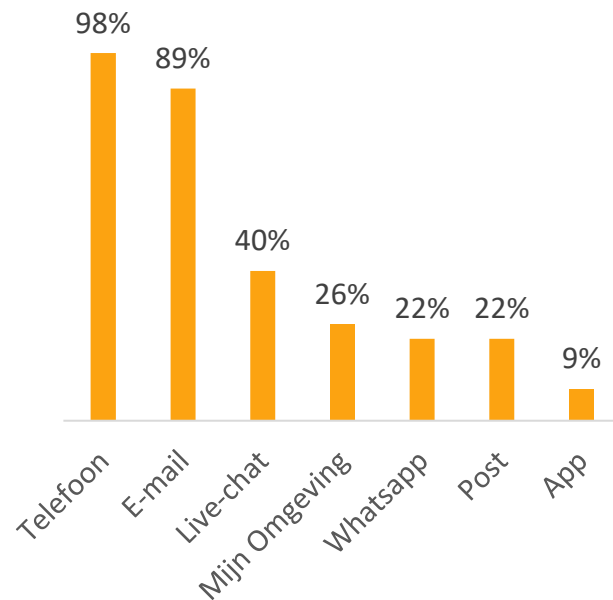
...gaan technologische ontwikkelingen leiden tot AI-assistenten die volautomatisch
klantcontact initiëren en afhandelen – zowel aan klant- als organisatiezijde





De transformatie van klantcontact

Echter, telefonie & mail voorlopig nog meest gewaardeerde kanaal

Telefonie en e-mail nog altijd dominante kanalen; selfservice relatief weinig gebruikt



 **>70%** waardeert telefonie het meeste als kanaal in hun contact met bedrijven

 **30%** vindt het niet bereiken van een mens het meest frustrerende aan klantenservice

40% heeft voorkeur voor selfservice boven persoonlijk contact

40 - 60% maakt de keuze voor een kanaal op basis van de complexiteit van de vraag

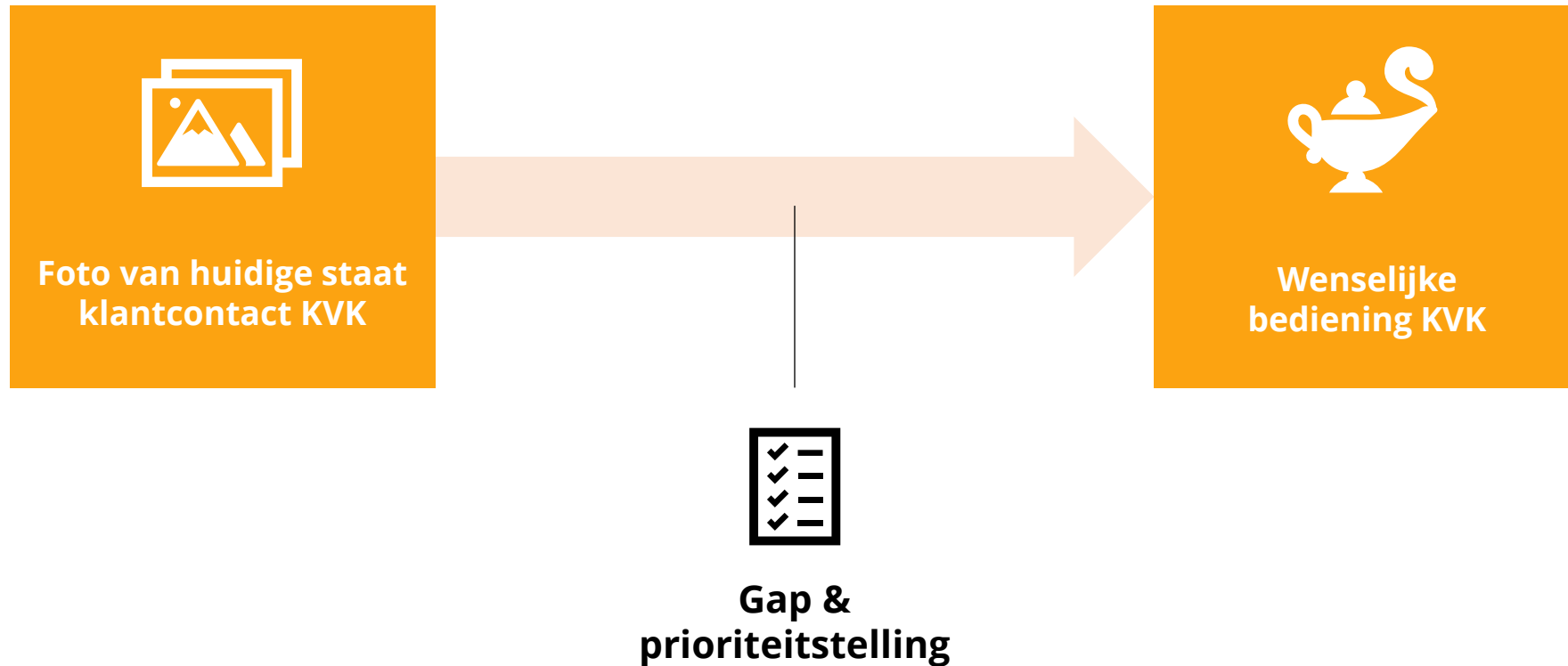
Veelheid aan vragen te beantwoorden om transformatie te tackelen

Kernvragen

- Wat verwacht de klant nu, en over 5 jaar van onze dienstverlening?
- Op welke doelen stuur ik mijn klantcontact: tevredenheid, efficiëntie, iets anders?
- Welke kanalen moet ik aanbieden voor welk type contact en klant?
- Hoe vind ik balans tussen persoonlijk contact en digitale self-service?
- Wat zijn mijn kernprioriteiten en wat moeten die bijdragen?
- Welke technologie moet ik op investeren, en wat ook juist niet?
- ...

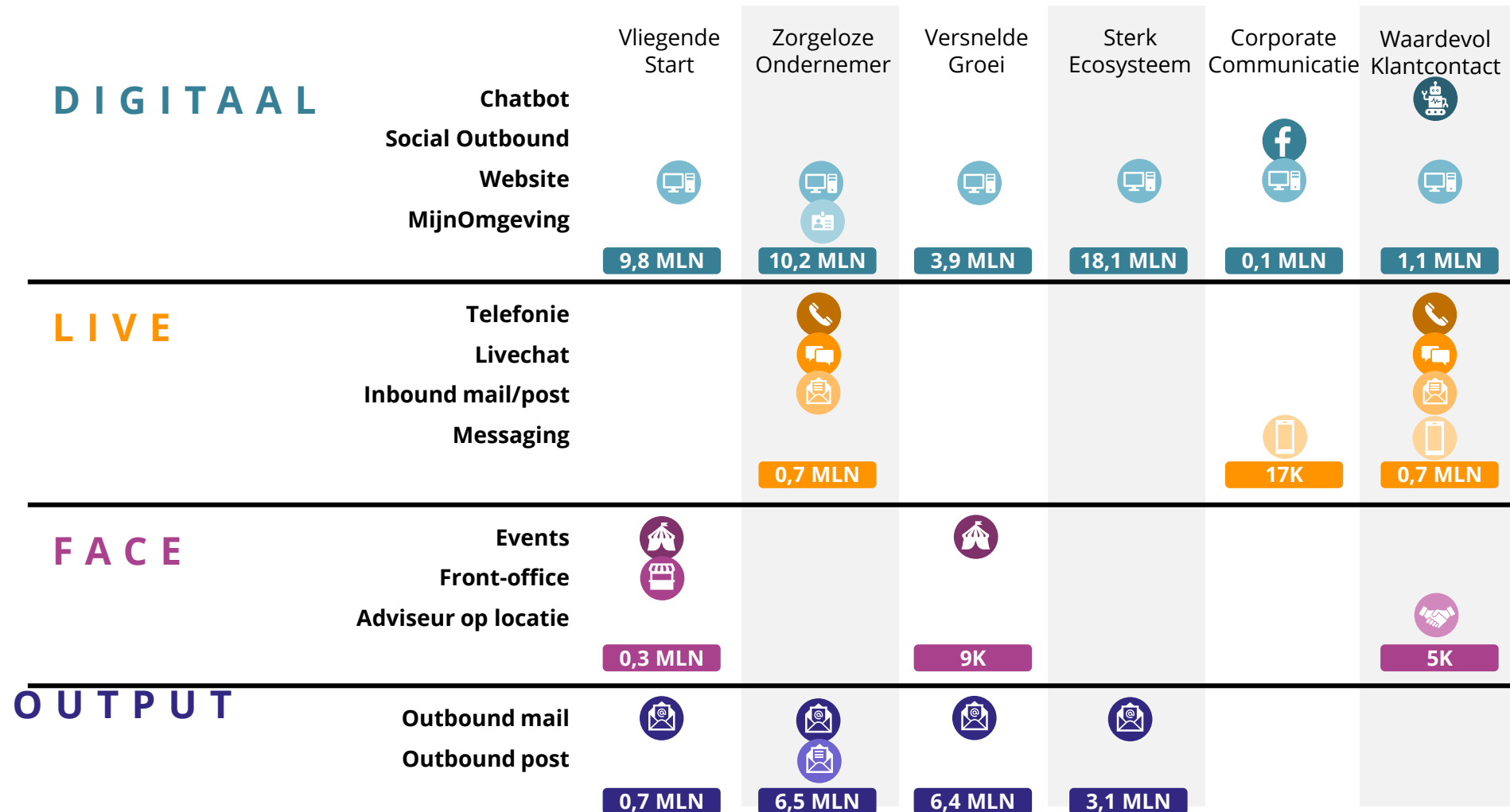
De transformatie van klantcontact

Om grip te krijgen wenselijke bediening vergeleken met huidige staat klantcontact



Aanpak bij de KVK

KVK heeft met agile transformatie organisatie structuur aangepast, klantcontact is daardoor verspreid over de hele organisatie



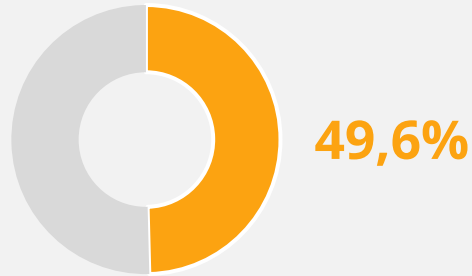
Aanpak bij de KVK

Foto klantcontact geeft integraal inzicht in de huidige situatie, waardoor we konden zien wat de 'ondernemer' meemaakt



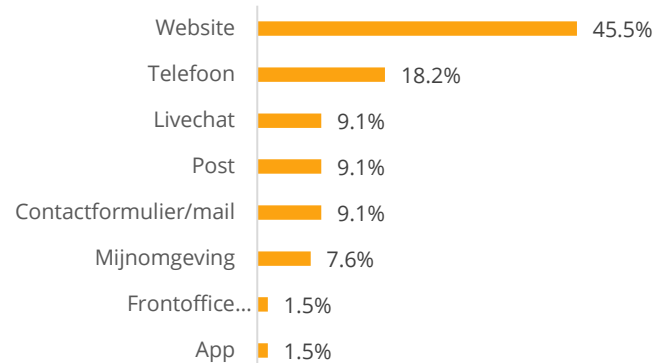
Aanpak bij de KVK

Hierdoor kregen we ook inzichtelijk waar en hoe groot het potentieel was



In de helft van de gevallen heeft ondernemer het eerst zelf geprobeerd, of al eerder met de KVK gesproken.

Eerder contact betreft m.n. (pogingen op) de website en via telefonie



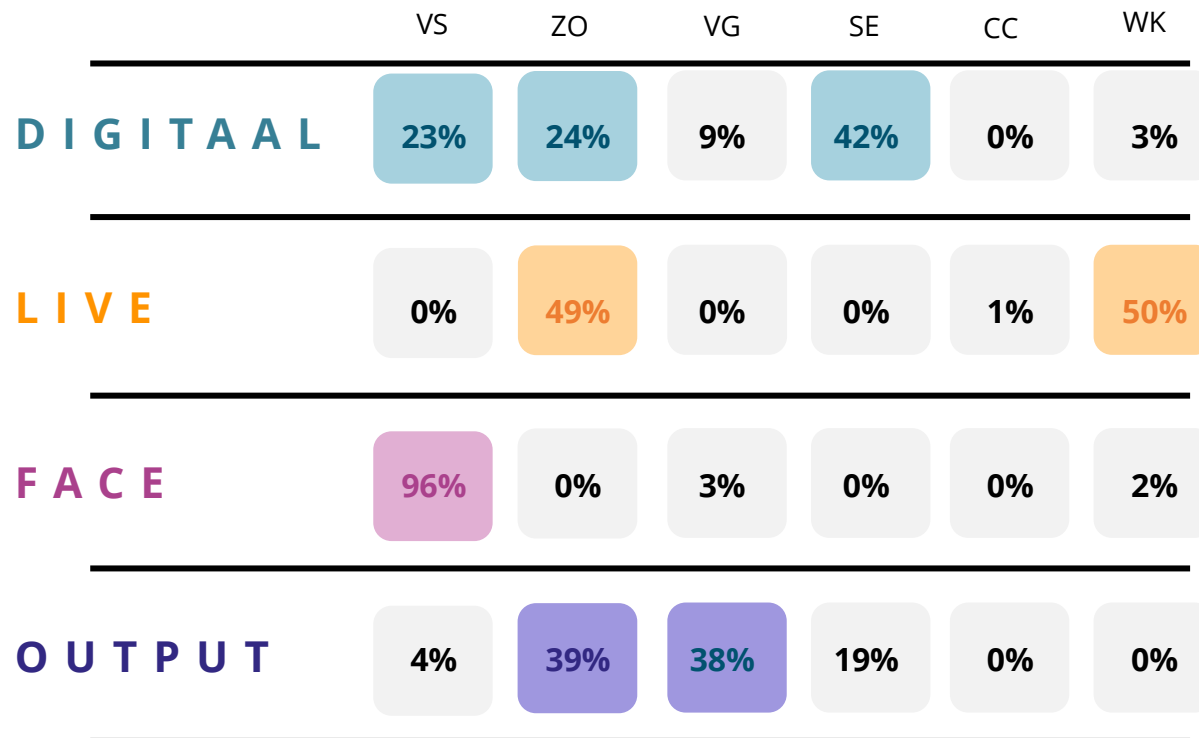
Verschillende gekwantificeerde redenen waardoor eerdere pogingen niet succesvol waren

Reden contact	Omvang 2022 (o.b.v. extrapolatie)	Indicatie kosten (WK)
Onduidelijkheid proces	107.000	€1.177.000
Uitleg over site	93.000	€1.023.000
Collega spreken	80.000	€880.000
Onbekend	78.000	€858.000
Voorlezen dossier	38.000	€418.000
Bestelling plaatsen	30.000	€330.000
Fout klant	12.000	€132.000
Geen mogelijkheden/ruimte	11.000	€121.000
Status onbekend	11.000	€121.000
Nogmaals sturen/mailen	9.000	€99.000

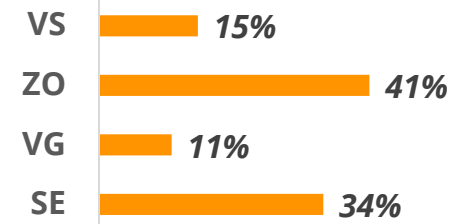
Aanpak bij de KVK

En we gingen samenhang tussen afdelingen zien

Verdeling contact naar groups, per type kanaal



Betreft communicatie met ondernemers 'van' de andere groups:



O.b.v. bestaande indeling CRM-logs 2022

Aanpak bij de KVK

Vanuit betrokkenheid kon een gezamenlijke servicebelofte opgesteld worden

KVK

KVK GEEFT ONDERNEMERS HOUVAST, ZODAT JE MET VERTROUWEN
BESLISSINGEN KAN NEMEN EN DOOR KUNT MET ONDERNEMEN.



Aanpak bij de KVK

Twee bedieningsconcepten die gedragen worden door heel KVK

Laag intensieve contactbehoefte

Klantvragen die je 'even moet regelen' of informatie die je 'even wilt opzoeken' en waar je niet te lang bij stil wilt staan



Hoog intensieve contactbehoefte

Klantvragen waar je de tijd voor wil nemen, die emotioneel beladen zijn of waar onzekerheid bestaat



Behoeft



Beloft



Doelstelling



Gevoel



Gedrag

De 4 belangrijkste lessen

Lessons learned

- Grip op klantcontact vergt een integrale blik, over afdelingen en kanalen heen
- Maak een foto, zodat je weet waar je staat & kan kwantificeren waar jij op in moet zetten
- Stuur op de behoefte van de klant met gedifferentieerde bedieningsconcepten
- Jouw situatie bepaalt welke technologie jij nodig hebt – geen one-size-fits-all